

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра бібліотекознавства та інформології

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної та
навчальної роботи
О. Б. Жильцов
« 16 » 2018 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОРГАНІЗАЦІЯ КНИГОРОЗПОВСЮДЖЕННЯ

для студентів

напряму підготовки 6.020102 «Книгознавство, бібліотекознавство і
бібліографія»

освітнього рівня першого (бакалаврського)

спеціалізації «Видавнича справа»

Київ–2018

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 1152/16
Жильцов
(підпис) (прізвище, ініціали)
« 16 » 20 18 р.

Розробник:

Сошинська Вікторія Євгенівна, кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри бібліотекознавства та інформології Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка

Викладач:

Сошинська Вікторія Євгенівна, кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри бібліотекознавства та інформології Інституту журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри
бібліотекознавства та інформології

Протокол від 30 серпня 2018 р. № 1

Завідувач кафедри

бібліотекознавства та інформології  О. В. Воскобойнікова-Гузєва

Робочу програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми
«Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

30 серпня 2018 р.


Гарант освітньо-професійної програми

 О. В. Воскобойнікова-Гузєва

Робочу програму перевірено

16 . 10 . 2018 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи  О. А. Росінська

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), «__»__ 20__ р., протокол №__

1. Опис навчальної дисципліни

| Найменування показників | Характеристика дисципліни за формами навчання (денна) | |
|---|---|----|
| Вид дисципліни | обов'язкова | |
| Мова викладання, навчання та оцінювання | українська | |
| Загальний обсяг кредитів/годин | 4 / 120 | |
| Курс | 4 | |
| Семестр | 7 | 8 |
| Кількість змістових модулів з розподілом: | 2 | |
| Обсяг кредитів | 2 | 2 |
| Обсяг годин, в тому числі: | 60 | 60 |
| Аудиторні | 28 | 14 |
| Модульний контроль | 4 | 2 |
| Семестровий контроль | - | 30 |
| Самостійна робота | 28 | 14 |
| Форма семестрового контролю | Екзамен | |

Особливі умови для вивчення дисципліни «Організація книгорозповсюдження»: наявність сертифікованого електронного навчального курсу (наказ № 347 від 30.06.2016 р.).

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни – надання студентам теоретичних знань для системного сприйняття процесів книгорозповсюдження та практичних навичок організаційно-управлінської та асортиментної роботи; розглянути середовище функціонування підприємств, які займаються книгорозповсюдженням, в системі ринкових відносин в Україні та за кордоном.

Завдання навчальної дисципліни орієнтовані на набуття студентами системи знань, умінь, навичок, досвіду та інших компетентностей, що включають:

- знання та розуміння тенденцій закордонної, української та регіональної системи книгорозповсюдження;
- умінь та досвід вивчення попиту покупців в регіоні, асортименту каналів розповсюдження видавничої продукції;
- знання, умінь та досвід застосування основних положень міжнародного та національного законодавства у сфері книгорозповсюдження;
- знання, умінь та досвід аналізу використання інформаційних систем та технологій в книгорозповсюдженні, підготовка заходів по просуванню і реалізації друкованих та електронних видань.

Студентами набуваються наступні **програмні компетентності**: інтегральна – здатність виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі видавничої справи, що передбачає застосування положень і методів

підприємництва і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності діяльності;

- здатність комплексно розв’язувати проблему, застосовувати знання в практичних ситуаціях, здатність до адаптації та дії в новій ситуації;
- здатність знаходити та використовувати інформацію з джерел та інформаційних ресурсів для виконання конкретних практичних завдань;
- здатність використовувати відповідну термінологію з дисципліни в усній та письмовій формах українською чи іноземними мовами;
- здатність аналізу законодавчих та нормативно-правових актів;
- застосовувати інформаційні і комунікаційні технології для вирішення практичних завдань;
- здатність проводити інформаційний моніторинг на базі ресурсів Інтернет;
- генерувати нові ідеї (проявляти креативність);
- працювати в команді.

В Університеті Грінченка існує можливість проведення практичних занять на базі навчальних центрів та центрів практичної підготовки. До них відносяться: Бібліотека Університету, Інформаційно-аналітичний центр, Центр мультимедійних технологій, установи-партнери.

Результатом навчання є набуття сукупності компетентностей (загальних та спеціальних), що виражають знання, розуміння, уміння, цінності: інформаційної, управлінської, комунікативної, технологічної, проектно-творчої, дослідницько-прогностичної.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання: вміння використовувати концептуальні знання, набуті у процесі навчання на рівні новітніх досягнень для розв’язання складних проблем та вирішення практичних завдань з організації книгорозповсюдження;

- здатність продемонструвати уміння здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел;
- здатність до збору, обробки, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації із урахуванням специфіки видавничо-поліграфічної галузі;
- уміння виокремлювати фахову інформацію із загального потоку;
- здатність формулювати завдання, для їх вирішення використовувати потрібну інформацію та методологію для досягнення обґрунтованих висновків;
- здатність продемонструвати знання з теорії підприємництва у видавничій справі;
- здатність використовувати інформаційні ресурси для організації книгорозповсюдження;
- вміння роботи з новітніми інфокомунікаційними платформами (соціальними мережами, блогосферою);

- уміння застосовувати у професійній діяльності технології Веб 2.0, інформаційні технології, необхідні для організації книготорговельного підприємства;
- показати готовність до експертної оцінки і аналізу;
- продемонструвати уміння працювати команді, ефективно взаємодіяти на міжособистісному рівні.

Предметні компетентності формуються у студента упродовж вивчення дисципліни.

У результаті вивчення курсу студент повинен *знати* понятійно-категоріальний апарат функціонування, результатів діяльності книготорговельного підприємства; сутність та основні характеристики сегментації ринку книжкової продукції, модель поведінки покупців; *оцінювати* сучасну структуру книготорговельного підприємства та способи стимулювання реалізації друкованої та електронної книжкової продукції; *застосовувати* основні наукові принципи та конкретні методи для оцінки ресурсів, необхідних для здійснення книготорговельної діяльності.

На основі отриманих знань студент повинен *вміти*: *використовувати* спеціальну термінологію в науково-практичній діяльності; *здійснювати* аналіз форм фінансової (бухгалтерської) звітності; аналізувати, узагальнювати і *оцінювати* оптимальні канали книготорговельного підприємства та підходи до асортиментної, цінової та збутової політики книготорговельного підприємства; *характеризувати* організаційно-функціональну структуру книготорговельного підприємства та його фінансово-економічні результати господарської діяльності; *складати* бізнес-плани, вміти їх презентувати; *використовувати* сучасну методiku планування діяльності книготорговельної організації в цілому та управління інформаційним забезпеченням, рекламною кампанією, методикою соціологічних досліджень у книготорговельному підприємстві.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

| Назви змістових модулів, тем | Усього | Розподіл годин між видами робіт | | | | |
|---|--------|---------------------------------|----------|-----------|----------|------------|
| | | Аудиторна: | | | Модульні | Самостійна |
| | | Лекції | Семінари | Практичні | | |
| Змістовий модуль 1. Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи | | | | | | |
| Тема 1. Сучасна система книгорозповсюдження | 4 | 2 | | | | 2 |
| Державне нормативно-правове регулювання книгорозповсюдження в Україні | 4 | | 4 | | | |
| Тема 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження | 16 | 2 | | | | 14 |

| | | | | | | |
|---|-----|----|----|--|---|----|
| Тема 3. Інформаційні системи «Books in print», їх структура, загальна характеристика та особливості | 2 | 2 | | | | |
| Міжнародна технологія книгорозповсюдження | 2 | | 2 | | | |
| Тема 4. Асортиментна робота в книгорозповсюдженні | 12 | 4 | | | | 8 |
| Напрями асортиментної роботи в книжковій торгівлі | 4 | | 4 | | | |
| Тема 5. Канали книгорозповсюдження в Україні | 8 | 4 | | | | 4 |
| Різноманітність каналів книгорозповсюдження | 4 | | 4 | | | |
| Модульний контроль | 4 | | | | 4 | |
| Разом | 60 | 14 | 14 | | 4 | 28 |
| Змістовий модуль 2. Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі | | | | | | |
| Тема 6. Сучасний стан функціонування системи книгорозповсюдження в Україні | 2 | 2 | | | | |
| Розповсюдження видань на компакт-дисках, електронних книг | 2 | | 2 | | | |
| Тема 7. Засоби рекламно-бібліографічної діяльності, які використовуються в книжковому бізнесі | 18 | 4 | | | | 14 |
| Статистика діяльності книготорговельних підприємств | 2 | | 2 | | | |
| Тема 8. Маркетинговий менеджмент у книжковому бізнесі | 2 | 2 | | | | |
| Управління комунікаційною діяльністю | 2 | | 2 | | | |
| Модульний контроль | 2 | | | | 2 | |
| Разом | 30 | 8 | 6 | | 2 | 14 |
| Підготовка та проведення контрольних заходів | 30 | | | | | |
| Усього | 120 | 22 | 20 | | 6 | 42 |

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи

Тема 1. Сучасна система книгорозповсюдження (2 год.)

Структура і зміст курсу, організація навчального процесу, міждисциплінарні зв'язки курсу.

Базові поняття: «книгорозповсюдження», «книгорозповсюдjuвач», «мережа книгорозповсюдження». Класифікація суб'єктів книжкової торгівлі. Поняття та функції гуртової та роздрібної торгівлі. Форми та методи книгопродажу; книготорговельні послуги, їх класифікація та призначення. Зовнішнє і внутрішнє середовище книготоргівлі. Поняття технології книгорозповсюдження (логістика, просування та продаж книжкової продукції).

Процес книгопродажу. Поняття технологічного процесу книгорозповсюдження як функції маркетингової стратегії підприємства.

Підприємницька, комерційна діяльність видавництв, видавничих, книгорозповсюджувальних організацій, інших причетних до видавничої справи суб'єктів діяльності як складова видавничого бізнесу.

Семінар 1. Державне нормативно-правове регулювання книгорозповсюдження в Україні (4 год.)

Тема 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження (2 год.)

Міжнародний книжковий ринок. Канали книгорозповсюдження. Національні та міжнародні книжкові виставки-ярмарки. Моделі книгорозповсюдження: німецька, французька, американська. Клубне книгорозповсюдження. Книгорозповсюдження у Великобританії та у країнах Північної Європи. Зовнішня книжкова торгівля. Міжнародні контакти України в сфері книгорозповсюдження. Основні тенденції розвитку світової книготоргівлі.

Тема 3. Інформаційні системи «Books in print», їх структура, загальна характеристика та особливості (2 год.)

«Books in print» як спеціалізована система інформації про заплановані до випуску книги і книги, що знаходяться у продажу, її структура та функції. Західні системи «Books in print», особливості «Books in print» США. Національна система інформації про книжковий ринок України типу «Books in Print»: проблеми створення і підтримки. Завдання і результати реалізації проектів «Книги в продажу», «Книги України», «Книги у виробництві».

Семінар 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження (2 год.)

Тема 4. Асортиментна робота в книгорозповсюдженні (4 год.)

Основні процеси та засоби асортиментної роботи; принципи вивчення видавничого репертуару, попиту покупців, вподобань читачів; визначення та формування книготорговельного асортименту; джерела формування книготорговельного асортименту; видавничо-книготорговельна бібліографія, реклама книги в магазинах. Типологія асортиментного мінімуму, ядра та профілю книготорговельного підприємства. Програмне забезпечення в асортиментній роботі.

Розповсюдження видань на компакт-дисках, ринок видань на CD. Місце мультимедійних видань та аудіокниг в товарному асортименті традиційних книжкових магазинів та онлайн-магазинів. Способи представлення мультимедійних видань та аудіокниг у книжкових магазинах. Специфіка сервісу для покупців. Електронні видання в асортименті не книжкових магазинів.

Семінар 3. Напрями асортиментної роботи в книжковій торгівлі (4 год.)

Тема 5. Канали книгорозповсюдження в Україні (4 год.)

Основні технології книжкової торгівлі. Функції гуртових і роздрібних книготорговельних підприємств, організаційно-правові форми книготорговельних підприємств. Невеликі незалежні книжкові магазини та книготорговельні мережі. Відкриття партнерських книжкових магазинів, магазини «за франшизою». Види товарів, асортимент, рівень обслуговування, ціна товару.

Традиційні та нові канали розповсюдження книжкової продукції. Трирівневий канал розповсюдження книжкової продукції: видавництво – дистриб'ютор (книгорозповсюдjuвач) – гуртова торгівля – роздрібна торгівля – споживач.

Організація та обладнання книготорговельного підприємства. Характеристика основних форм позамагазинної торгівлі та перспективи їх розвитку. Книжкові клуби та їх особливості. Телевізійна торгівля. Пряма торгівля за каталогами та прас-аркушами. Індивідуальний продаж, в т. ч. багаторівневі торговельні мережі.

Інтерактивна електронна торгівля, продаж у віртуальній реальності. Розвиток української онлайн-торгівлі книжкової продукції. Інтернет-магазини видавництва. Інтернет-магазини книготорговельних мереж. Інтернет-магазини як спосіб розвитку традиційних книжкових магазинів.

Семінар 4. Різноманітність каналів книгорозповсюдження (4 год.)

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

Тема 6. Сучасний стан функціонування системи книгорозповсюдження в Україні (2 год.)

Історія виникнення та сучасний стан книжкових магазинів в Україні. Діяльність регіональних книжкових мереж. Основні тенденції та перспективи розвитку українського регіонального книгорозповсюдження. Виставкова діяльність.

Трансформація функцій книжкового магазину як головного суб'єкта роздрібної торгівлі. Книжковий супермаркет як найпоширеніша форма роздрібного продажу книг – інформаційно-торговельна установа, що створює для споживачів розважально-комунікаційне середовище. Головні характеристики книжкових супермаркетів: зручність у здійсненні купівель, широкий спектр сервісу та додаткових послуг, можливість замовити літературу, консультації та рекомендації продавців, акції та дисконтні картки.

Поняття та складові процесу продажу. Методи продажу та їх класифікація. Підхід до покупця. Інформація про товар, демонстрація товару. Сервіс для покупців. Книготорговельні послуги. Правила обслуговування покупців.

Семінар 5. Розповсюдження видань на компакт-дисках, електронних книг (2 год.)

Тема 7. Засоби рекламно-бібліографічної діяльності, які використовуються в книжковому бізнесі (4 год.)

Завдання рекламно-інформаційної діяльності видавничого та книготорговельного підприємства. Засоби реклами, що використовуються у книжковій торгівлі. Особливості їх інформаційної складової.

Призначення видавничо-книготорговельної бібліографії – рекламування видавничої продукції, сприяння книгообігу, розповсюдженню та продажу видань. Видавничо-книготорговельна бібліографічна інформація в програмі книжкових ярмарків.

Семінар 6. Статистика діяльності книготорговельних підприємств (2 год.)

Тема 8. Маркетинговий менеджмент у книжковому бізнесі (2 год.)

Система маркетингової інформації в управлінні книжковим бізнесом. Державний реєстр видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції. Державний комітет статистики України. Заходи Державного комітету телебачення і радіомовлення України (Держкомтелерадіо) з розвитку книговидавничої справи та книгорозповсюдження, популяризації вітчизняної книговидавничої продукції. «Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова» (Книжкова палата України).

Прикладні маркетингові дослідження в книгорозповсюдженні (дослідження книжкового ринку, вивчення покупців, вивчення цін на книжкові товари, маркетингові дослідження рекламної діяльності, вивчення конкурентів). Маркетингові дослідження книжкового ринку України.

Семінар 7. Управління комунікаційною діяльністю (2 год.)

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

| Вид діяльності студента | Максимальна к-сть балів за одиницю | Модуль 1 | | Модуль 2 | |
|--|------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|-----------------------------|
| | | кількість одиниць | максимальна кількість балів | кількість одиниць | максимальна кількість балів |
| Відвідування лекцій | 1 | 7 | 7 | 4 | 4 |
| Відвідування семінарських занять | 1 | 7 | 7 | 3 | 3 |
| Робота на семінарському занятті | 10 | 7 | 70 | 3 | 30 |
| Виконання завдань для самостійної роботи | 5 | 12 | 60 | 6 | 30 |
| Виконання модульної роботи | 25 | 2 | 50 | 1 | 25 |
| Разом | | - | 194 | - | 92 |
| Максимальна кількість балів: 286 | | | | | |
| Розрахунок коефіцієнта: $286:60=4,8$ | | | | | |
| Студент набрав: 260 балів | | | | | |
| Оцінка: $260:4,8=54$ (бали за два семестри), додається екзамен (max. 40 балів) | | | | | |

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Організація книгорозповсюдження» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в

основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи (28 год.)

1. Письмовий колоквиум – 2 год., 10 балів.

Використовуючи тексти Законів України «Про обов'язковий примірник документів» та «Про видавничу справу» і попередньо з ними ознайомившись, студенти мають дати письмову відповідь на один з пропонованих варіантів (розроблено 27 варіантів), які складаються з двох питань, з обов'язковим посиланням на розділ, статтю, параграф (за наявності) відповідного закону.

2. Подати загальну характеристику книгарень та книготорговельних мереж в різних регіонах України (за місцем постійного проживання студента). Результати представити в таблиці – 8 год., 10 балів.

| | Характеристика | Коментар (особисті враження, пропозиції) |
|---|----------------|--|
| Назва, період виникнення та форма власності, веб-сайт | | |
| Кількість точок та працюючих | | |
| Спеціалізація та канали розповсюдження | | |
| Розміщення товару | | |
| Книготорговельне обладнання | | |
| Способи представлення товару | | |
| Обслуговування покупців | | |

3. Творче завдання: «Порівняльний аналіз діяльності книжкових інтернет-магазинів» – 6 год., 20 балів.

Вивчити стан і тенденції розвитку книжкової торгівлі в середовищі Інтернет на основі публікацій у фаховій періодиці та самостійного відвідування веб-сайтів видавничих і книготорговельних організацій.

Здійснити порівняльний аналіз діяльності декількох книжкових інтернет-магазинів. При цьому слід звернути увагу на такі питання:

- 1) Назва, адреса і структура веб-сайту, характеристика основних інформаційних блоків (сторінок).
- 2) Продукція яких виробників документів представлена, які інформаційні та торговельні послуги надає магазин?

- 3) У якому вигляді подано інформацію про товарний асортимент? Які основні розділи електронного каталогу?
- 4) Яким чином здійснюється замовлення, оплата і отримання товару? Чи існує система знижок?
- 5) Які рекламно-інформаційні засоби застосовуються для заохочення користувачів Інтернету відвідати даний магазин?
- 6) З якою періодичністю оновлюється інформація на веб-сайті?

Крім цього, студент має викласти власні узагальнення щодо сучасного стану і перспектив розвитку книжкової інтернет-торгівлі в Україні.

4. Подати класифікацію форм роздрібно-книготорговельної мережі. Результати представити в таблиці – 4 год., 5 балів.

| Стаціонарна | Напівстаціонарна | Пересувна | Дистанційна |
|-------------|------------------|-----------|-------------|
| | | | |

5. Подати класифікацію методів роздрібного продажу видань. Результати представити в таблиці – 4 год., 5 балів.

| Традиційні | Ефективні | Прогресивні |
|------------|-----------|-------------|
| | | |

6. Практична робота: «Методика аналізу видавничо-книготорговельних бібліографічних посібників» – 4 год., 10 балів.

Завдання виконується з метою закріплення теоретичних знань про види видавничо-книготорговельної бібліографічної продукції, здійснюється аналіз бібліографічних посібників за схемою.

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі (14 год.)

1. Контрольна робота: «Аналіз засобів рекламно-інформаційної діяльності у видавничій справі та книжковій торгівлі» – 14 год., 30 балів.

Мета: вивчити і проаналізувати засоби рекламно-інформаційної діяльності, що застосовуються видавництвами та книжковими магазинами.

Завдання: розшукати, проаналізувати та навести приклади окремих форм рекламно-інформаційної діяльності, вказаних у переліку. Зробити самостійні висновки стосовно використання форм рекламно-інформаційної діяльності видавництвами і книжковими магазинами.

1. Друковані рекламні видання

(приклад видання або його характеристика з наведенням бібліографічного опису)

1.1. Каталог (проспект, буклет)

1.2. Листівка (плакат, закладка для книг, календарне видання)

2. Рекламні звертання у пресі

(приклад видання або ксерокопія з обов'язковим наведенням бібліографічного опису)

2.1. Рекламне оголошення видавництва

2.2. Рекламне оголошення книжкового магазину

2.3. Стаття (репортаж, інтерв'ю, презентація, рецензія)

3. Реклама по радіо або телебаченню

3.1. Рекламне оголошення (непряма реклама) – вказати програму та схарактеризувати особливості оголошення.

4. Зовнішня реклама

4.1. Рекламний щит (афіша, плакат, оформлення вітрини магазину) – вказати місцезнаходження та особливості оформлення.

5. Масові рекламно-інформаційні заходи

5.1. Дні відкритих дверей (дні (тижні, декади) книги, читацькі конференції, літературні вечори, зустрічі з видавництвами, авторами, презентації, прес-конференції, конкурси, фестивалі тощо) – вказати час і місце проведення, схарактеризувати програму та особливості проведення.

5.2. Реклама на місцях продажу і на виставках (IX міжнародний фестиваль «Книжковий Арсенал» (22–26 травня 2019 р.)).

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульний контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Тестові завдання для проміжного контролю знань студентів охоплюють теми, які вивчаються в межах окремих змістових модулів. Формат тестових завдань передбачає завдання закритої форми із запропонованими відповідями та на встановлення відповідності; різного рівня складності (перший – потрібно вибрати один із варіантів відповідей, другий – потрібно вибрати правильний або найповніший варіант відповіді, третій (для задач) – потрібно виконати необхідні розрахунки, сформулювати висновки чи рекомендації).

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля. Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійної роботи, модульну контрольну роботу. Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на семінарських, під час виконання самостійної залежить від дотримання таких вимог:

- вчасність виконання навчальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності.

Виконання модульних контрольних робіт (тестів) здійснюється з використанням сертифікованого електронного навчального курсу (наказ № 347 від 30.06.2016 р.). Критерії оцінювання:

- 1) при оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань;
- 2) за кожну правильну відповідь тестових завдань нараховується 1 бал;

3) правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

Завдання для модульних контрольних робіт

Змістовий модуль 1

Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи

1. Предмет, мета і завдання навчальної дисципліни «Організація книгорозповсюдження».
2. Підприємства книжкової торгівлі як посередник між виробником друкованої продукції та споживачем.
3. Проблеми взаємодії суб'єктів книжкового ринку в єдиному інформаційному просторі.
4. Державне нормативно-правове регулювання книжкової торгівлі України.
5. Система оподаткування книготорговельної галузі.
6. Нормативно-правові документи, регулюючі книжкову торгівлю.
7. Порядок розповсюдження друкованої продукції.
8. Форми книжкової торгівлі.
9. Суб'єкти книготорговельного ринку.
10. Особливості розповсюдження окремих видів друкованої продукції.
11. Книготорговці та бібліотеки: особливості взаємодії та співробітництва в сучасних умовах.
12. Канали отримання інформації про книги.
13. Інформаційне забезпечення книжкового ринку на сучасному етапі.
14. Інформаційна система «Books in print».
15. Бібліографічне забезпечення книжкової галузі. Система видавничо-книготорговельних бібліографічних посібників.
16. Перспективи розвитку книжкової торгівлі в Україні.
17. Організація та управління книжковою торгівлею за кордоном.
18. Гуртова книжкова торгівля за кордоном.
19. Роздрібна книжкова торгівля за кордоном.
20. Міжнародне співробітництво в системі книгорозповсюдження.

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

1. Структура книжкової торгівлі України в ринкових умовах.
2. Методи реалізації книжкової продукції в нових умовах.
3. Основні напрями книгорозповсюдження в Україні.
4. Нетрадиційні способи просування книжкової продукції.
5. Організація та управління товарообігом книготорговельного підприємства.
6. Економічний аналіз підприємства книжкової торгівлі.
7. Організація букіністичної торгівлі.
8. Організація і технологія гуртової книжкової торгівлі.
9. Книжкові ярмарки та виставки.

- 10.Маркетинг в гуртовій книжковій торгівлі.
- 11.Дилери та дистриб'ютори на ринку розповсюдження книжкової продукції.
- 12.Організація і технологія роздрібної торговельної мережі.
- 13.Форми і методи роздрібного продажу.
- 14.Книжковий магазин – найпоширеніша форма організації книжкової торгівлі.
- 15.Фактори конкурентоспроможності сучасного книжкового магазину.
- 16.Дистанційні форми книжкової торгівлі. Книжкові магазини в Інтернет. Книга-поштою.
- 17.Прямий продаж книжкової продукції. Вплив на покупця як метод стимулювання збуту.
- 18.Книжковий маркетинг в роздрібній торгівлі.
- 19.Логістика в організації книжкової торгівлі.
- 20.Технологія та правила розповсюдження періодичних друкованих видань.

Задачі

Змістовий модуль 1

Організація книгрозповсюдження та інформаційні системи

1. За даними, наведеними у таблиці, визначити обсяг реалізації роздрібного товарообігу по кожній товарній групі, використовуючи формулу товарного балансу

$$З_{п.п} + Н = Р + В + З_{к.п.},$$

де $З_{п.п}$ – запаси на початок періоду; $Н$ – надходження товарів; $Р$ – реалізація; $В$ – втрати товару; $З_{к.п.}$ – запаси товару на кінець періоду. Звідси

$$Р = З_{п.п} + Н - В - З_{к.п.}$$

| Вид товару | Товарні запаси на початок кварталу | Надходження товарів за квартал | Товарні втрати за квартал | Товарні запаси на кінець кварталу |
|------------|------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| | тис. грн. | | | |
| I | 10,0 | 150,0 | 1,0 | 24,0 |
| II | 8,0 | 226,0 | 2,5 | 12,0 |
| III | 15,0 | 148,0 | 0,3 | 22,0 |
| IV | 23,0 | 52,0 | 0,0 | 16,0 |
| Разом | 56,0 | 576,0 | 3,8 | 74,0 |

Результати розрахунків подати у вигляді таблиці.

Результати розрахунків

| Вид товару | Реалізація, тис. грн. |
|------------|-----------------------|
| I | |
| II | |
| III | |

| | |
|-------|--|
| IV | |
| Разом | |

Змістовий модуль 2

Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі

1. Дані за балансом, звітом про фінансові результати та податковою декларацією з податку на прибуток книготорговельного підприємства на звітну дату: реалізовано товарів – 170,0 тис. грн.; собівартість реалізованих товарів – 102,0 тис. грн.; адміністративні витрати – 21,0 тис. грн.; витрати на збут – 25,0 тис. грн.; інші операційні витрати – 5,0 тис. грн.; витрати на сплату за користування короткостроковою позикою банку – 1,3 тис. грн.

Визначити чистий дохід, валовий прибуток, фінансовий результат від операційної діяльності, фінансовий результат до оподаткування, чистий прибуток, рівень торгової націнки, результати подати у вигляді таблиці.

Результати розрахунків

| Статистика фінансових результатів діяльності | Методика розв'язання задачі | Шлях розв'язання, результат, тис. грн. |
|---|---|---|
| Чистий дохід | Різниця між доходом від реалізації товарів та сумою ПДВ | |
| Валовий прибуток | Різниця між чистим доходом та собівартістю реалізованих товарів | |
| Фінансовий результат від операційної діяльності | Сума валового прибутку та інших операційних доходів, зменшена на величину адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат | |
| Фінансовий результат до оподаткування | Сума фінансових результатів від операційної діяльності, доходу від участі в капіталі, інших фінансових доходів, інших доходів, зменшена на величину фінансових витрат, витрат від участі в капіталі, інших витрат | |
| Чистий прибуток | Різниця між фінансовими результатами від звичайної діяльності до оподаткування та податком на прибуток (діюча ставка – 18%) | |
| Рівень торгової націнки | $P_n = \frac{TO}{C} * 100 - 100$ | % |

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумковий контроль знань із дисципліни «Організація книготорговельного підприємства» передбачений у формі письмового екзамену (8-й

семестр), проводиться з метою оцінювання результатів навчання після закінчення вивчення дисципліни.

Максимальна кількість балів – 40. Критерії оцінювання: перше питання екзаменаційного білета – теоретичне – 15 балів; друге – тестові завдання – 10 балів; третє – практичне завдання – 15 балів.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Оцінити роль підприємства книжкової торгівлі як посередника між виробником друкованої продукції та споживачем.
2. Проаналізувати основні особливості державного нормативно-правового регулювання книжкової торгівлі України.
3. Виявити проблеми взаємодії суб'єктів книжкового ринку в єдиному інформаційному просторі.
4. Проаналізувати основні нормативно-правові документи, що регулюють книжкову торгівлю.
5. Встановити роль видавництва та книготорговельних організацій як генералізаційних та транзитних документних систем.
6. Описати систему оподаткування книготорговельної галузі.
7. Визначити порядок розповсюдження друкованої продукції.
8. Подати основні положення Закону України «Про обов'язковий примірник документів».
9. Порівняти форми книжкової торгівлі.
10. Подати основні положення Закону України «Про видавничу справу».
11. Проаналізувати суб'єкти книготорговельного ринку.
12. З'ясувати особливості розповсюдження окремих видів друкованої продукції.
13. Схарактеризувати функції, структуру та особливості інформаційних систем типу «Books in print».
14. Подати характеристику системи видань Книжкової палати України та визначити їх роль у розвитку інформаційно-бібліографічної та книжкової справи.
15. Установити особливості взаємодії та співробітництва в сучасних умовах суб'єктів книжкової торгівлі та бібліотек.
16. Описати основні канали отримання інформації про книги.
17. Визначити жанри і форми бібліографічних посібників, що найчастіше готуються у видавничо-книготорговельній сфері.
18. Проаналізувати інформаційне забезпечення книжкового ринку на сучасному етапі.
19. Подати класифікацію книготорговельних бібліографічних посібників, їх основні жанрові особливості.
20. З'ясувати бібліографічне забезпечення книжкової галузі.
21. Проаналізувати специфіку організації букіністичної торгівлі.
22. Схарактеризувати систему видавничо-книготорговельних бібліографічних посібників.

23. Встановити методику складання видавничих та рекомендаційних (рекламних) анотацій.
24. Проаналізувати перспективи розвитку книжкової торгівлі в Україні.
25. Установити способи бібліографічної характеристики документів, що найчастіше використовуються у видавничо-книготорговельній сфері.
26. Оцінити організацію та управління книжкової торгівлі за кордоном.
27. Сформулювати основні напрями книгорозповсюдження в Україні.
28. Оцінити особливості гуртової книжкової торгівлі за кордоном.
29. Визначити завдання і засоби рекламно-інформаційної діяльності видавництва і книготорговельних організацій.
30. Схарактеризувати особливості роздрібно-книжкової торгівлі за кордоном.
31. Подати характеристику етапів створення Національної системи інформації про книжковий ринок України та перспективи її розвитку.
32. Описати міжнародне співробітництво в системі книгорозповсюдження.
33. Визначити фахову періодику в галузі видавничої справи та книжкової торгівлі, порівняти цільове і читацьке призначення та змістове наповнення даних видань.
34. Встановити структуру книжкової торгівлі України в ринкових умовах.
35. Проаналізувати організацію та управління товарообігом книготорговельного підприємства.
36. Встановити основні методи реалізації книжкової продукції в нових умовах.
37. Схарактеризувати форми бібліографічного інформування видавництва і книготорговельних організацій.
38. Порівняти нетрадиційні способи просування книжкової продукції.
39. З'ясувати основні показники економічного аналізу підприємства книжкової торгівлі.
40. Визначити особливості організації і технології гуртової книжкової торгівлі.
41. Подати методику інформаційно-бібліографічного обслуговування, що застосовують у видавничо-книготорговельній сфері.
42. Встановити основні особливості книжкових ярмарків та виставок.
43. Подати характеристику видів бібліографічних посібників, які готуються працівниками книжкової торгівлі.
44. Схарактеризувати маркетинг в гуртовій книжковій торгівлі.
45. Встановити функції видавничих і книготорговельних підприємств як документних систем.
46. Схарактеризувати основні особливості організації і технології роздрібно-торговельної мережі.
47. Описати методику оформлення вітрин книжкового магазину.
48. Визначити основні фактори конкурентоспроможності сучасного книжкового магазину.

49. Виявити особливості функціонування дилерів та дистриб'юторів на ринку розповсюдження книжкової продукції.
50. Подати характеристику книжкового маркетингу в роздрібній торгівлі.
51. Схарактеризувати основні дистанційні форми книжкової торгівлі.
52. З'ясувати особливості впливу на покупця як методу стимулювання збуту.
53. Встановити основні логістичні процеси в організації книжкової торгівлі.
54. Розкрити основні особливості книжкової інтернет-торгівлі.
55. Схарактеризувати особливості книжкового магазину як найпоширенішої форми організації книжкової торгівлі.
56. Описати технологію та правила розповсюдження періодичних друкованих видань.
57. З'ясувати основні особливості прямого продажу книжкової продукції.
58. Встановити технологію та правила торгівлі «Книга-поштою».
59. Підготувати огляд нових надходжень для засобів масової інформації.
60. Підготувати випуск «Календаря новинок».
61. Підготувати огляд нових надходжень до книжкового магазину.
62. Розробити програму виставки-перегляду видавництв у навчальному закладі.
63. Розробити макет оформлення вітрини книжкового магазину.
64. Здійснити багатоаспектний аналіз анотованого тематичного плану видавництва за схемою.
65. Подати порівняльну характеристику каталогів різних видавництв.
66. Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці прайс-аркушів.
67. Підготувати видавничу анотацію на одне видання.
68. Запропонувати тематику бібліографічних оглядів для фахівців в галузі економіки.
69. Підготувати рекомендаційну (рекламну) анотацію на одне видання.
70. Розробити програму виставки-перегляду видавництва у комерційній організації.
71. Запропонувати тематику бібліографічних оглядів для фахівців в галузі освіти.
72. Подати багатоаспектний аналіз видавничо-книготорговельного бібліографічного посібника за схемою.
73. Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці рекламних листівок.
74. Розробити програму виставки-перегляду видавництва дитячої літератури.
75. Розробити програму виставки-перегляду видавництва економічної літератури.
76. Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці інформаційних листів.
77. Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці буклетів.

- 78.Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці проспектів.
- 79.Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці рекламних звертань у пресі.
- 80.Запропонувати тематику бібліографічних оглядів нових надходжень для співробітників та покупців.
- 81.Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці масових рекламно-інформаційних заходів.
- 82.Оцінити дотримання відповідної методики видавництвами та книготорговельними організаціями при підготовці зовнішньої реклами.
- 83.Підготувати книготорговельне оголошення.
- 84.Підготувати рекламне оголошення про масовий захід у книжковому магазині.
- 85.Підготувати прес-реліз про масовий захід у книжковому магазині.

6.6. Шкала відповідності оцінок

| Оцінка | Кількість балів |
|--------------|-----------------|
| Відмінно | 100-90 |
| Дуже добре | 82-89 |
| Добре | 75-81 |
| Задовільно | 69-74 |
| Достатньо | 60-68 |
| Незадовільно | 0-59 |

7. Навчально-методична карта дисципліни

«Організація книгорозповсюдження»

Разом: 120 год., лекції – 22 год., семінарські заняття – 20 год., самостійна робота – 42 год.,
модульний контроль – 6 год., підсумковий контроль – екзамен – 30 год.

| | | | | |
|-------------------------------|--|--|--|--|
| Тиждень | I-IV | V-VII | VIII-XI | XII-XVI |
| Модуль | Змістовий модуль 1 | | | |
| Назва модуля | Організація книгорозповсюдження та інформаційні системи | | | |
| Кількість балів за модуль | 194 б. | | | |
| Лекції | Відвідування – 7 б. | | | |
| Теми лекцій | Тема 1. Сучасна система книгорозповсюдження – 1 б. | Тема 3. Інформаційні системи «Books in print», їх структура, загальна характеристика та особливості – 1 б. | Тема 4. Асортиментна робота в книгорозповсюдженні – 2 б. | Тема 5. Канали книгорозповсюдження в Україні – 2 б. |
| | Тема 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження – 1 б. | | | |
| Теми семінарських занять (СЗ) | Семінар 1. Державне нормативно-правове регулювання книгорозповсюдження в Україні – 2+20 б. | Семінар 2. Міжнародна технологія книгорозповсюдження – 1+10 б. | Семінар 3. Напрями асортиментної роботи в книжковій торгівлі – 2+20 б. | Семінар 4. Різноманітність каналів книгорозповсюдження – 2+20 б. |
| Самостійна робота | 5x12=60 б | | | |
| Види поточного контролю | Модульна контрольна робота 1 – 25 б. | | Модульна контрольна робота 2 – 25 б. | |
| Тиждень | XXIV-XXV | XXVI-XXVIII | | XXIX-XXXI |
| Модуль | Змістовий модуль 2 | | | |
| Назва модуля | Технологічні та логістичні процеси в книжковій торгівлі | | | |
| Кількість балів за модуль | 92 б. | | | |
| Лекції | Відвідування – 4 б. | | | |
| Теми лекцій | Тема 6. Сучасний стан функціонування системи книгорозповсюдження в Україні – 1 б. | Тема 7. Засоби рекламно-бібліографічної діяльності, які використовуються в книжковому бізнесі – 2 б. | | Тема 8. Маркетинговий менеджмент у книжковому бізнесі – 1 б. |
| Теми семінарських занять (СЗ) | Семінар 5. Розповсюдження видань на компакт-дисках, електронних книг – 1+10 б. | Семінар 6. Статистика діяльності книготорговельних підприємств – 1+10 б. | | Семінар 7. Управління комунікаційною діяльністю – 1+10 б. |
| Самостійна робота | 5x6=30 б. | | | |
| Види поточного контролю | Модульна контрольна робота 3 – 25 б. | | | |
| Підсумковий контроль | Екзамен – 40 б. | | | |

8. Рекомендовані джерела

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Про видавничу справу [Електронний ресурс] : Закон України від 05.06.97 р. № 318/97-ВР. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-ВР>.
4. Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 06.03.2003 р. № 601-IV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/601-15>.
5. Про обов'язковий примірник документів [Електронний ресурс] : Закон України від 09.04.99 р. № 595-XIV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-14>.
6. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Законодавче забезпечення розвитку інформаційного суспільства в Україні» [Електронний ресурс] : Постанова ВРУ від 03.07.2014 р. № 1565-VII. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1565-18>.
7. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Проблеми розвитку українського книговидавництва, книгорозповсюдження та перспективи підтримки книгочитання в Україні» [Електронний ресурс] : Постанова ВРУ від 19.11.2013 р. № 695-VII. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-18>.
8. Положення про Міжвідомчу комісію з питань сприяння розвитку вітчизняного книговидання та книгорозповсюдження [Електронний ресурс] : Постанова КМУ від 07.08.2013 р. № 524. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/524-2013-п>.
9. Порядок формування державного замовлення на випуск видавничої продукції та її розповсюдження [Електронний ресурс] : Постанова КМУ від 12.11.2012 р. № 850. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/850-2012-п>.
10. Про зміну складу Міжвідомчої комісії з питань сприяння розвитку вітчизняного книговидання та книгорозповсюдження : розпорядж. КМУ від 26.11.2014 р. № 1172-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1172-2014-р/conv>.
11. Наказ/Порядок реалізації бюджетної програми «Випуск книжкової продукції за програмою «Українська книга» [Електронний ресурс] : Наказ Держкомтелерадіо України 28.11.2012 р. № 313. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z2087-12#n16>.
12. Законодавчі та нормативні документи у сфері видавничої та бібліотечної справи : темат. добірка. – Київ : Кн. палата України, 2011. – 398 с.
13. Правові та нормативні документи з видавничої справи : темат. добірка / уклад. Г. М. Плиса. – Київ : Кн. палата України, 2012. – 56 с.

Основна

- 14.Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. – Київ : Кн. палата України, 2009. – 277 с.
- 15.Володарчик Я. Маркетинг у видавничій справі – фантазія чи дійсність? / Яцек Влодарчик ; пер. з пол. О. Гірний. – Львів : Кальварія, 2002. – 143 с. : рис.
- 16.Електронні книжки та електронні читанки (рідери) в бібліотеці: з чого почати? / уклад.: Пашкова В. С., Ярошенко Т. О. ; УБА, НПБ України, НБ НаУКМА. – Київ : Самміт-Книга, 2013. – 64 с.
- 17.Ковба Ж. М. Асортимент друкованої продукції : навч.-метод. посіб. / Ж. М. Ковба, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. – 100 с.
- 18.Маркетинговий менеджмент видавничої продукції : навч.-метод. посіб. / Г. І. Глотова, Ж. М. Ковба, Г. А. Махонько, В. В. Мартинів. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2011. – 352 с.

Додаткова

- 19.Бем Г. Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві / Бем Г. [та ін.]. – Київ : Основи, 1994. – 284 с.
- 20.Бэйверсток Э. Книжный маркетинг / Э. Бэйверсток ; пер. с англ. Дердиров Т. – СПб. : БХВ-Санкт-Петербург, 1999. – 336 с.
- 21.Верба Т. М. Издательский бизнес изнутри. От рукописи к бестселеру: пошаговое руководство по подготовке книги к печати, производству и продвижению. Профессиональные советы от издательства деловой литературы «Баланс Бизнес Букс» . – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2015. – 208 с.
- 22.Грет Г. Дистрибуція як канал книгорозповсюдження / Г. Грет // Вісн. Кн. палати. – 2009. – № 11. – С. 5–6.
- 23.Грет Г. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України / Г. Грет // Вісн. Львів. ун-ту. Серія книгозн. бібліот. та інф. технол. – 2012. – Вип. 7. – С. 105–116.
- 24.Грэм Г. Книжный бизнес : практика книгоиздания и книжной торговли : пер. с англ. / Г. Грэм. – М. : РосКонсультант, 1999. – 288 с.
- 25.Друк України : стат. зб. за ... рік. – Київ : Кн. палата України, 1999– .
- 26.Книжный маркетинг: руководство к действию : сб. ст. / пер. с англ. Ленского Б. – М. : ТЕРРА, 1996. – 432 с.
- 27.Ковба Ж. М. Антикварна і букіністична торгівля між минулим і майбутнім / Ж. М. Ковба, Ю. М. Колесник // Наук. зап. [УАД]. – 2011. – № 4. – С. 124–129.
- 28.Ковба Ж. М. Формування асортименту як основна складова маркетингової товарної політики книгарні / Ж. М. Ковба, А. П. Корнійчук // Наук. зап. [УАД]. – 2011. – № 3. – С. 77–87.
- 29.Низовий М. Українська статистика друку : основні етапи становлення та розвитку / М. Низовий. – Київ : Кн. палата України, 2002. – 96 с.

30. Сміт Д. К. Посібник книговидавця : пер. з англ. / Д. К. Сміт. – Київ : Любіть Україну, 1999. – 192 с. – Бібліогр.: с. 189–190.
31. Теремко В. І. Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В. І. Теремко. – Київ : Академвидав, 2009. – 272 с. – (Альма-матер).
32. Теремко В. І. Основні засади видавничого бізнесу : навч. посіб. / В. І. Теремко. – Київ : Академвидав, 2009. – 136 с. – (Серія «Альма-матер»).
33. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании / П. Форсайт ; пер. с англ. Ю. В. Суруйкова. – М. : Унив. кн., 2008. – 221 с. – (Школа издательского бизнеса).
34. Читання як проблема вільного часу : за результатами соціол.-стат. дослідж. / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, А. М. Штангрет, О. В. Мельников. – Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. – 158 с.

9. Додаткові ресурси

1. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Урядовий портал: Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
3. Державний комітет телебачення і радіомовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comin.kmu.gov.ua>.
4. Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт]. – Режим доступу: <http://www.ukrbook.net>.
5. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : електронні інформаційні ресурси НБУВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.
6. Книжковий Арсенал [Електронний ресурс] : фестиваль 2019. – Режим доступу: <https://artarsenal.in.ua/uk/knyzhkovyj-arsenal/festyval-2019/>.